

## BAB III

### METODOLOGI DESAIN

#### 3.1 Data Proyek

##### 3.1.1 Objek

Objek yang akan dibuat adalah Kyou Hobby Shop. Nantinya, akan ada tiga fungsi utama dari *anime center* ini, yaitu :

1. Komersial (jual *merchandise anime* dan juga membuka kafe).
2. Pengetahuan dan hiburan tentang *anime*.
3. Tempat berkumpul bagi komunitas, dan hiburan bagi pecinta anime.
4. Kantor perusahaan.

##### 3.1.2 Pemilik Proyek

Pemilik proyek fiksi ini adalah PT. Inovasi Tomo Kyou yang merupakan toko khusus merchandise anime dan budaya pop Jepang lainnya. Toko tersebut terbagi menjadi toko *online* dan *offline*. Berikut merupakan profil dari PT Inovasi Tomo Kyou :

Perusahaan : PT. Inovasi Tomo Kyou

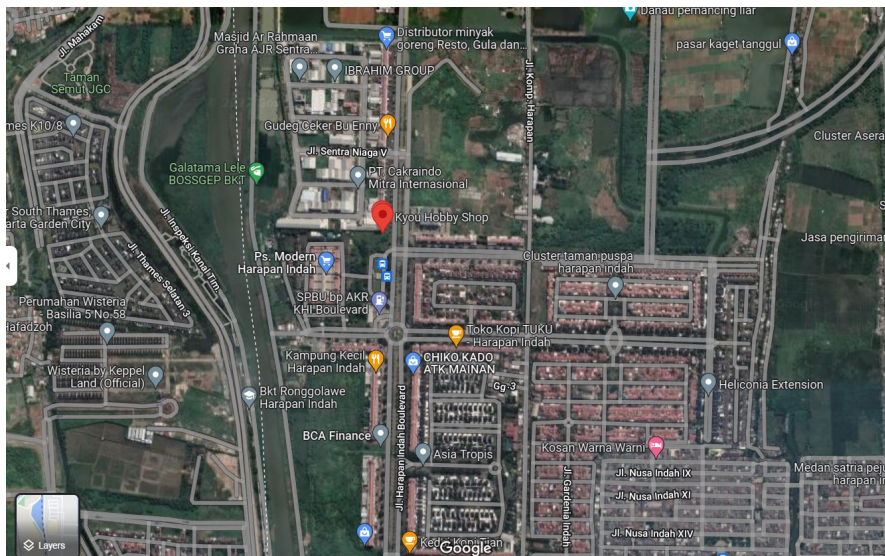
Pemilik : Bima Tyastomo

Jenis kepemilikan : Milik pribadi

Telepon : 02188898362

Website : Kyou.id

RT.10/RW.8, Pusaka Rakyat, Kec. Tarumajaya,  
Kab. Bekasi, Jawa Barat



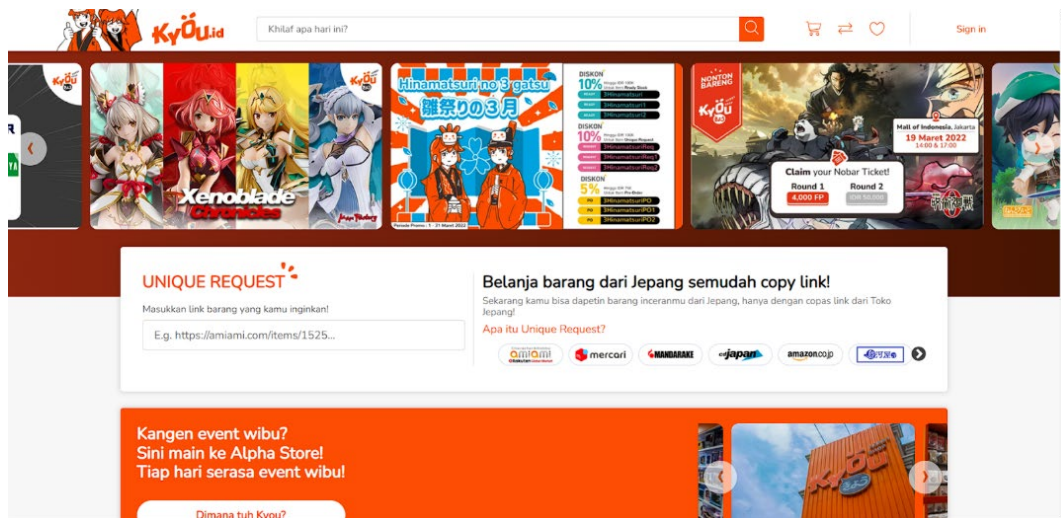
**Gambar 3. 1** - satelit lokasi Kyou Hobby Shop

Sumber: dokumentasi pribadi



**Gambar 3. 2** - fasad Kyou Hobby Shop

Sumber: facebook Kyou Hobby Shop



Gambar 3.3 - tampilan kyou.id

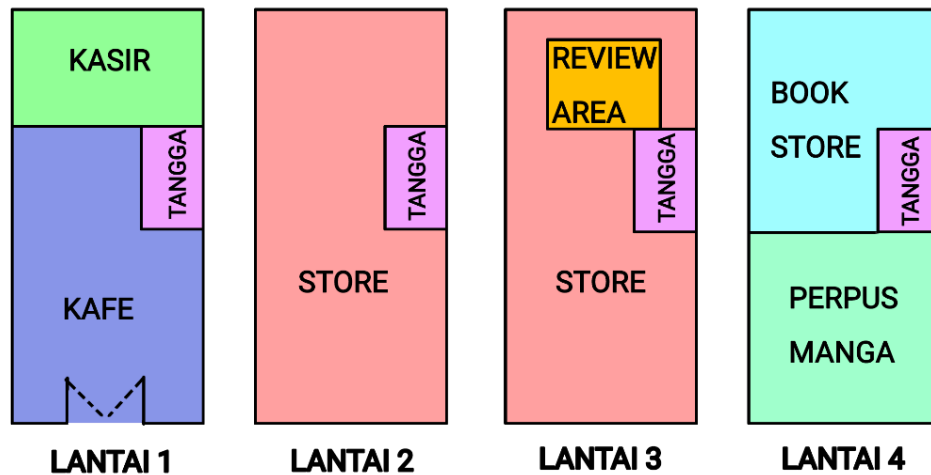
Sumber: screenshot pribadi

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan metode wawancara, survei langsung ke tempat tujuan, dan mencari informasi selengkap-lengkapnyanya di internet. Metode kuantitatif dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner berupa *google form*.

### 3.3 Hasil Survei Existing Kyou Hobby Shop

Berikut adalah denah dari existing Kyou Hobby Shop



Gambar 3. 4 - denah Kyou Hobby Shop

Sumber: dokumentasi pribadi

Terdapat beberapa area di bangunan Kyou.id ini. Di lantai satu terdapat kafe kecil dan mesin gacha, dan area kasir. Sirkulasi di antara area makan dan area dapur terasa sempit, hanya muat untuk satu orang dari satu arah.



Gambar 3. 5 - area kafe

Sumber: dokumentasi pribadi



**Gambar 3. 6** - area kasir Kyou Hobby Shop

Sumber: dokumentasi pribadi



**Gambar 3. 7** - gacha

Sumber: dokumentasi pribadi

Lantai dua hanya merupakan area belanja. Selain display produk yang masih disegel, ada juga display isi produknya yang diletakkan pada lemari dengan tutup kaca yang dikunci. Terdapat alat bantu untuk

mengetahui letak item yang ingin dicari. Terdapat juga standee seukuran manusia di beberapa tempat.



**Gambar 3. 8** - area belanja Kyou Hobby Shop

Sumber: dokumentasi pribadi



**Gambar 3. 9** - area belanja Kyou Hobby Shop

Sumber: dokumentasi pribadi



**Gambar 3. 10** - mesin pencari benda Kyou Hobby Shop

Sumber: dokumentasi pribadi

Lantai tiga juga merupakan area berbelanja, tetapi juga terdapat area untuk review barang untuk kreator konten membuat video. Disediakan juga bantuan lighting secara gratis. Pembayaran dari benda yang dibeli di lantai 2 dan 3 dilakukan di kasir yang terdapat di lantai 1.



**Gambar 3. 11** - area review

Sumber: dokumentasi pribadi

### **3.4 Data Pembanding Proyek**

#### **3.4.1 Perancangan Anime Center oleh Mutiara Cahya A.**

Proyek ini merupakan proyek fiksi yang dibuat oleh Mutiara Cahya Aghnia sebagai proyek tugas akhir. Berdasarkan pengamatan, konsep tersebut bermula dari karakteristik anime itu sendiri yang fun, interesting dan original sehingga komunitas budaya pop Jepang yang setia menjadi gaya hidup mereka untuk berkreasi dan berkarya di bidang animasi. menginspirasi, memperkuat semangat bermain, dan membuat orang ingin berinteraksi. Konsep ruangnya adalah ruang terpusat melingkar yang bertujuan untuk mendekatkan suasana dari sebelumnya. Konsentrasi semua pengunjung ke fasilitas tertentu, dll. B. Hiburan interaktif, update anime, dan pertemuan dengan komunitas. Warna yang direkam berwarna-warni dan membangkitkan kegembiraan dan antusiasme. Citra anime itu modern, futuristik, terus berkembang dan berubah, namun material yang bisa mengekspresikannya adalah material yang memiliki karakteristik permukaan glossy dan transparan sebagai berikut. B. Permukaan mengkilap, baja tahan karat dan akrilik. Furnitur dan display yang digunakan juga mendukung suasana secara maksimal, sehingga furnitur dibuat dari material yang tepat dan memiliki bentuk yang dinamis, serta media display juga menggunakan media terkini seperti layar interaktif. komunitas anime pusat ini. Pencahayaan minimal diperlukan untuk memaksimalkan tampilan tampilan interaktif dan meningkatkan suasana yang diinginkan, namun tidak menyimpang dari standar yang dibutuhkan di ruang publik seperti:

B.sirkulasi. Ventilasi buatan digunakan untuk mengatur suhu ruangan agar orang nyaman selama beraktivitas. Audio yang dihasilkan oleh media interaktif membuat suasana terasa lebih hidup, namun untuk area tertentu yang menginginkan suasana lebih hening, gunakan musik yang menyesuaikan dengan area masing-masing.



**Gambar 3. 12**– Anime Center karya Mutiara C. A.

Sumber: dokumentasi pribadi

### 3.4.2 Tokyo Radio Kaikan



**Gambar 3. 13 – Tokyo Radio Kaikan**

Sumber: wikiwand..com

Akihabara Radio Kaikan merupakan salah satu toko anime/manga related stuff terbesar yang ada di Akihabara. Fasadnya terlihat menarik dari luar dengan gambar besar yang terlihat menyala. Bagian interiornya terlihat biasa seperti toko pada umumnya.



**Gambar 3. 14 - Tokyo Radio Kaikan**

Sumber: wikiwand..com

### 3.4.3 Lego Store



Gambar 3. 15 - Lego Store, Dubai

Sumber: Official LEGO® Website in Dubai & Abu Dhabi | LEGO UAE  
([yellowblocks.me](http://yellowblocks.me))

Lego Store ini merupakan Lego Store yang berada di Dubai. Interiornya terlihat menarik dengan tema lego yang berwarna cerah. Di store ini, pengunjung dapat menyusun legonya sendiri. Terdapat juga layar interaktif yang bisa membuat orang yang ada di depannya menjadi lego, kurang lebih sama seperti efek yang ada di Instagram ataupun Snapchat.

### 3.5 Hasil Wawancara

Untuk mencari informasi yang dibutuhkan, dilakukan wawancara dengan dua narasumber. Narasumber pertama merupakan baito di Kyou Hobby Shop yaitu Sakura dan Rendy. Narasumber kedua yaitu Hafizh merupakan mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang merupakan anggota dari klub dengan tema budaya pop Jepang.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Sakura dan Rendy, berikut kesimpulan yang didapat :

1. Biasanya toko ramai ketika hari sabtu atau minggu dari siang sampai malam.

2. Kyou terbuka untuk komunitas yang ingin main ke sana. Boleh melakukan reservasi terlebih dahulu, bisa juga langsung datang main ke storenya.
3. Kegiatan yang biasa ddi lakukan oleh komunitas adalah nongkrong, bermain sesuai permainan di komunitasnya, nonton bareng (nobar), dan sebagainya.

Berdasarkan wawancara dengan yang dilakukan dengan Hafizh, berikut kesimpulan yang didapat :

1. Klub J-Cafe merupakan klub di Universitas Multimedia Negara untuk mahasiswanya yang menyukai kultur dengan tema budaya pop Jepang
2. Ada 90-an anggota aktif, dan memiliki banyak divisi seperti TCG, cosplay, musik, dance, dsb.
3. Biasanya setiap minggu mereka berkumpul untuk menjalankan aktivitas sesuai dengan divisi mereka.

### **3.6 Hasil Google Form**

Penulis membuat kuesioner di Google Form pada bulan Marret. Setelah menyusun pertanyaan dan mendapat persetujuan dari dosen, penulis menyebarluaskan tautan Google Form pada tanggal 20 Maret 2022. Tautan Google Form disebar melalui media sosial berupa Whatsapp, Line, dan Instagram. Target jumlah responden yang diberikan oleh dosen sebanyak 100 responden. Setelah jumlah responden mencapai target, penulis menutup penerimaan responden pada tanggal 20 April 2022 karena target jumlah responden sudah tercapai.

**Tabel 3. 1 - Umur**

no	umur	responden	Presentase (%)
1	a. < 15	2	2
2	b. 15-20	51	51
3	c. 20-30	45	45
4	d. 30-40	2	2
5	e. > 40	0	0
	total	100	100

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa 96% responden berusia remaja sampai dewasa muda, dari rentang 15-30 tahun.

**Tabel 3. 2 – Jenis Kelamin**

no	kelamin	responden	Presentase (%)
1	a. pria	60	60
2	b. wanita	40	40
	total	100	100

**Tabel 3. 3 - Domisili**

domisili	responden	Presentase (%)
a. Jabodetabek	75	75
b. Luar Jabodetabek	25	25
total	100	100

**Tabel 3. 4 - Pekerjaan**

profesi	responden	Presentase (%)
a. Pelajar	94	94

b. ibu/bapak rumah tangga	0	0
c. Wiraswasta	2	2
d. PNS	0	0
e. Karyawan swasta	4	4
total	100	100

**Tabel 3. 5 – Pendapatan per Bulan**

	responden	Presentase (%)
a. < Rp1.000.000	68	68
b. Rp1.000.000-Rp5.000.000	30	30
c. Rp5.000.000-Rp10.000.000	1	1
d. Rp10.000.000-Rp15.000.000	0	0
e. Rp15.000.000-Rp20.000.000	0	0
f. > Rp20.000.000	1	1
total	100	100

**Tabel 3. 6 - Pendidikan Terakhir**

profesi	responden	Presentase (%)
a. Tidak tamat sekolah	0	0
b. SD-SMP	2	2
c. SMA	76	76
d. D3-S1	20	20
e. S2-S3	2	2
total	100	100

**Tabel 3. 7 – Pertanyaan 1**

Seberapa sering anda mendengar informasi atau menikmati konten anime/manga/game?	responden	presentase
a. 0-1 jam/hari	13	13%
b. 1-5 jam/hari	51	51%
c. 5-10 jam/hari	24	24%
d. >10jam/hari	12	12%
total	100	100%

Sebanyak 87% responden menikmati konten anime/manga/game selama lebih dari 1 jam per hari. Dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden menikmati konten anime

**Tabel 3. 8 – Pertanyaan 2**

Berapa hari dalam seminggu biasanya anda menonton anime?	responden	presentase
a. 1-2 hari/minggu	15	15%
b. 3-5 hari/minggu	60	60%
c. 6-7 hari/minggu	25	25%
total	100	100%

Sebanyak 85% responden menonton anime 3-7 hari per minggu. Hal ini mungkin disebabkan karena responden mengikuti anime per-season.

**Tabel 3. 9 – Pertanyaan 3**

Jika anda menonton anime, apa saja demografi favorit anda?	responden	presentase
a. Kids	13	8%
b. Shoujo	54	35%
c. Shounen	65	42%
d. Jousei	12	7%
e. Dansei	10	6%
total	154	100%

**Tabel 3. 10 – Pertanyaan 4**

Jika anda menonton anime, apa saja genre favorit anda?	responden	presentase
a. Action	31	7%
b. Comedy	51	12%
c. horror	15	3%
d. sports	30	7%
e. drama	45	11%
f. misteri	34	8%
g. fantasi	37	9%
h. romansa	51	12%
i. sci-fi	34	8%
j. gourmet (hidangan/masak)	11	2%
k. slice of life	54	13%
total	393	100%

**Tabel 3. 11 – Pertanyaan 5**

Apakah anda pernah mengunjungi online store merch anime?	responden	presentase
a. tidak	33	33%
b. ya, jarang	51	51%
c. ya, rutin	16	16%
total	100	100

**Tabel 3. 12 – Pertanyaan 6**

Apakah anda pernah mengunjungi offline store merch anime?	responden	presentase
a. tidak	44	44%
b. ya, jarang	41	41%
c. ya, rutin	15	15%
total	100	100

**Tabel 3. 13 – Pertanyaan 7**

Jika akan dibuat anime center, apa yang ingin anda lakukan di anime center?	responden	presentase
a. hangout	20	10%
b. foto/buat konten	36	18%

c.	cosplay	14	7%
d.	nobar	12	6%
e.	belanja	61	31%
f.	makan	50	25%
total		193	100%

**Tabel 3. 14 – Pertanyaan 8**

Jika akan dibuat anime center, dengan siapa anda akan pergi ke anime center?		responden	presentase
a.	sendiri	13	13%
b.	teman (2-5 orang)	51	51%
c.	teman (>5 orang)	19	19%
d.	keluarga	7	7%
e.	pasangan	10	10%
total		100	100%

**Tabel 3. 15 – Pertanyaan 9**

Jika akan dibuat anime center, dengan siapa anda akan pergi ke anime center?		responden	presentase
a.	sendiri	13	13%
b.	teman (2-5 orang)	51	51%
c.	teman (>5 orang)	19	19%
d.	keluarga	7	7%
e.	pasangan	10	10%
total		100	100%

**Tabel 3. 16 – Pertanyaan 10**

Menurut anda, fasilitas apa saja yang harus ada di anime center?		responden	presentase
a.	nonton anime	13	6%
b.	baca manga	45	21%
c.	net cafe	5	2%
d.	cosplay	12	5%
e.	jual merch	80	38%
f.	galeri/museum anime	51	24%
total		206	100%